

# 国家知识产权局

国知发保函字〔2019〕233号

## 国家知识产权局关于“临源”牌饮用水是否侵犯第16009140号注册商标专用权的批复

云南省知识产权局：

《云南省知识产权局关于“临源”牌天天山泉外包装是否侵犯第16009140号注册商标专用权问题的请示》（云知报〔2019〕10号）收悉。经研究，现批复如下：

经查，杭州娃哈哈集团有限公司在商标注册用商品和服务国际分类第32类矿泉水（饮料）、纯净水（饮料）、水（饮料）等商品上注册了第16009140号“”商标，其注册商标专用期限至2026年2月20日止。

按照法律法规有关规定，将图形商标作为外包装装潢使用，起到区分商品来源作用的，属于《商标法》第四十八条所称的“商标的使用”行为，应纳入《商标法》的规制范畴。在同一种商品上将与他人注册商标近似的标志作为商品装潢使用，是否误导公众，应综合考虑权利人注册商标的显著性、权利人注册商标的知名度、涉嫌侵权人的攀附意图、相关公众的注意程度等因素综合判断。其中，显著性包括商标标识的独创性、商标与使用商品的关联性两个要素，独创性越高，关联性越弱，显著性越强。

根据请示及所附材料，我局认为，“”图形标识并非客

观世界真实存在的物质形态，具有独创性，且该图形没有直接表示其使用商品“水”的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点，即商标与商品关联性较弱，权利人商标的显著性较强；杭州娃哈哈集团有限公司对其注册商标的长期使用和广泛宣传，使“”商标具有较高的知名度；注册人一般将“娃哈哈”“Wahaha”商标与“”商标组合使用，而使用在饮料商品上的“娃哈哈”“Wahaha”商标1999年被原国家工商局商标局认定为驰名商标。涉案当事人与注册人处于同一行业，应知“”商标的存在及其知名度，依旧使用与之近似的标志作为商品包装装潢，攀附意图明显。纯净水（饮料）作为快消品，销售价格一般较低，认牌购物时消费者一般不会施以较强注意力。综上，本案宜认定误导公众，构成《商标法实施条例》第七十六条所述之情形，属于商标法第五十七条第二项规定的侵犯注册商标专用权的行为。

请你局根据上述批复意见并结合具体案情，指导立案部门对相关案件予以处理，并将处理情况及时报告我局。



（联系人及电话：保护司 肖聂尊 010—62086712）

抄送：各省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团知识产权局  
（知识产权管理部门）。

国家知识产权局办公室

2019年11月20日印发

